

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Signaling Theory*

*Signaling theory* merupakan teori yang menyatakan adanya dorongan dari para manajer perusahaan yang memiliki informasi yang baik mengenai perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan nilainya melalui sinyal dalam pelaporan pada laporan tahunan perusahaan menjadi tujuan dari penyampaian informasi mengenai perusahaan kepada calon investor (Scott, 2012). Suwardjono (2013) menyatakan bahwa menekankan informasi penting yang berguna bagi para investor dalam menetapkan keputusan investasi untuk pihak eksternal perusahaan merupakan fungsi *signaling theory* atau yang dikenal dengan teori yang memberikan sinyal. Asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal yang terjadi menyebabkan dorongan tersebut muncul, sehingga perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan untuk mengurangi terjadinya asimetri informasi tersebut (Brigham dan Houston, 2012 dalam Sundari & Handayani, 2019). Pengungkapan CSR memberikan sinyal kepada pihak eksternal bahwa perusahaan mengelola manajemennya

dengan baik sehingga dapat melaksanakan pengungkapan CSR secara lengkap.

## 2. *Corporate Social Responsibility ( CSR )*

Tanggungjawab sosial perusahaan adalah salah satu tindakan yang harus dilakukan perusahaan yang merupakan wujud tanggung jawab dan kepedulian kepada lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan. CSR saat ini menunjukkan adanya kesadaran perusahaan bahwa ada potensi munculnya dampak buruk dari suatu kegiatan usaha. Meminimalisir dampak buruk tersebut harus dilakukan sehingga tidak membahayakan keselamatan masyarakat serta tetap bersifat mendukung terhadap dunia usaha untuk berkelanjutan (Rofiqkoh & Priyadi, 2016).

Perkembangan praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia juga dilatar belakangi oleh dukungan pemerintah, yaitu dengan dikeluarkannya regulasi terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan CSR melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, pasal 66 dan 74 ayat 1 dijelaskan bahwa *Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidang dan atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan*. Program-program CSR yang ada dapat membangun hubungan yang harmonis dan komunikasi efektif antara perusahaan dengan masyarakat (Sundari & Handayani, 2019).

### 3. Profitabilitas

Menurut Heinze (1976) profitabilitas adalah faktor yang membuat manajemen untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial kepada pemegang saham menjadi bebas dan fleksibel. Dilihat dari teori *stakeholder*, profitabilitas perusahaan yang tinggi membuat manajer memiliki kesempatan lebih dalam melakukan dan mengungkapkan CSR akibat adanya alokasi dana yang lebih banyak untuk kegiatan CSR.

Kasmir (2017) menyebutkan rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan serta memberikan ukuran tingkat pengaruh manajemen yang ditunjukkan melalui laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Dengan mengetahui rasio profitabilitas, pengambilan keputusan oleh investor dapat dilakukan dengan melihat kinerja keuangan perusahaan sebagai acuannya. Investor menilai tingkat profitabilitas perusahaan sebelum berinvestasi dengan menggunakan indikator penting yaitu ROA. Hal ini berkaitan dengan variabel CSR yang juga merupakan salah satu alat yang dilihat investor dalam pertimbangan pengambilan keputusan.

### 4. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan puncak tertinggi untuk mengelola perusahaan dan mempunyai peran penting dalam pengawasan serta

memberikan arahan kepada pihak manajemen. Oleh karena itu dewan komisaris memiliki kekuasaan dan kebijakan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Restu dkk,2017).

Dewan komisaris adalah yang bertugas mengawasi dan memberikan saran-saran kepada direksi dalam mengelola perusahaan. Meningkatnya pengawasan terhadap kinerja direksi dalam mengelola perusahaan, termasuk dalam praktik dan pengungkapan CSR merupakan akibat ukuran dewan komisaris yang besar dalam suatu perusahaan. Mekanisme dari *Good Corporate Governance* (GCG) yaitu dewan komisaris yang berperan untuk meyakinkan bahwa perusahaan telah melaksanakan keinginan para *stakeholder* untuk melakukan dan mengungkapkan CSR (Nugroho & Yulianto, 2015).

#### 5. Proporsi Dewan Komisaris Independen

Komisaris independen adalah kekuatan untuk menyeimbangi keputusan yang akan diambil oleh dewan komisaris yang merupakan pengawas dari perusahaan, dimana dewan komisaris dan komisaris independen memiliki peran penting untuk berhasilnya pelaksanaan *Good Corporate Governance* (Ramdhaningsih & Utama, 2013).

Charlie Weir, et al (2000) menganggap direktur non-eksekutif sama dengan komisaris yang independen. Ada peran yang memediasi hubungan

antara manajer, auditor dan pemegang saham. Dalam Trisnawati (2014) menyatakan bahwa sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijaksanaan direksi serta memberikan nasihat kepada direksi dilakukan oleh *non-executive director* (komisaris independen). Sedangkan posisi terbaik untuk melaksanakan fungsi monitoring agar tercipta perusahaan yang *good corporate governance* merupakan komisaris independen (Fama & Jensen, 1976).

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan. Hal ini sama artinya dengan apa yang disebutkan dalam Penjelasan Pasal 120 ayat (20) Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 yang menyatakan bahwa Komisaris Independen yang ada di dalam pedoman tata kelola Perseroan yang baik (*code of good corporate governance*) adalah komunitas dari pihak luar. Untuk melindungi pemegang saham, status independen terfokus kepada tanggung jawab khususnya pemegang saham independen dari praktik curang atau melakukan tindak kejahatan pasar modal (Asiah & Muniruddin, 2018).

## 6. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah salah satu faktor *good corporate governance* yang berpengaruh untuk pelaksanaan CSR. Kepemilikan manajerial merupakan pihak manajemen yang pemegang saham secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Hatem, 2015). Kepentingan antara *principal* dengan agen akan diselaraskan oleh pihak manajer yang mempunyai kepemilikan saham agar agen bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Crutchley & Hansen, 1989). Kepentingan manajer dengan kepentingan pemegang saham akan selaras seiring dengan meningkatnya kepemilikan manajerial (Jensen & Meckling, 1976). Kepemilikan manajerial dapat mengurangi masalah agensi karena kinerja manajer akan lebih baik seiring dengan peningkatan kepemilikan saham dalam perusahaan tersebut. Nilai perusahaan pada akhirnya akan meningkat karena manajer akan dengan giat berusaha memperbaiki kinerja perusahaan.

## 7. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan penilaian yang dilaksanakan terkait dengan aktivitas perusahaan dalam upaya untuk memperbaiki dan menjaga kelestarian lingkungan. Di Indonesia, PROPER digunakan untuk mengukur kinerja lingkungan. PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja

Perusahaan) merupakan salah satu program Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk membuat perusahaan agar mentaati pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan melalui insentif dan disinsentif reputasi yang telah diatur dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011 (Juniarti & Dewi, 2017).

Perusahaan didorong untuk mentaati peraturan lingkungan hidup agar dapat mencapai keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) melalui intergrasi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam proses produksi dan jasa, penerapan sistem manajemen lingkungan, 3R, efisiensi energi, konservasi sumber daya dan pelaksanaan bisnis yang beretika serta bertanggung jawab terhadap masyarakat melalui program pengembangan masyarakat merupakan tujuan pemberian penghargaan PROPER. Peringkat kinerja PROPER secara umum dibedakan menjadi lima warna yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam (Juniartha & Dewi, 2017).

## **B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Berikut ini akan dilampirkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis & Tahun	Variabel X	Variabel Y	Hasil
1	Sundari & Handayani (2019)	Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
2	Andriana & Anggara (2019)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Kepemilikan Saham	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . <i>Leverage</i> dan kepemilikan saham tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>
3	Herdi & Erinos NR (2020)	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Komposisi Dewan Komisaris Independen	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan komposisi dewan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i>
4	Permatasari & Widyawati (2019)	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Profitabilitas yang diprosikan dengan <i>Return On Asset</i> (ROA) dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Hanya kepemilikan saham public tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>
5	Khairani & Rivandi (2019)	<i>Leverage</i> dan Profitabilitas	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i>
6	Adiputri & Putra (2019)	Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif pada CSR, sedangkan kepemilikan asing berpengaruh negative ta signifikan pada pengungkapan CSR
7	Istifarah & Subardjo (2019)	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Dewan Komisaris,	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran dewan komisaris, dan kinerja lingkungan berpengaruh positif

Lanjutan tabel 2.1

		dan Kinerja Lingkungan		terhadap <i>corporate social responsibility</i>
8	Permatasari & widyawati (2019)	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Sedangkan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>
9	Singal & Putra (2019)	Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Sedangkan kepemilikan asing berpengaruh negative terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
10	Juniartha & Dewi (2017)	Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Sedangkan profitabilitas, leverage dan likuiditas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
11	Hapsoro & Sulistyarini (2019)	<i>Profitability</i> dan <i>Liquidity</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan <i>liquidity</i> tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>
12	Kapitan & Ikram (2019)	<i>Profitability</i> dan <i>Leverage</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>

### C. Perumusan Hipotesis Dan Kerangka Pemikiran

#### 1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Raharjaputra (dalam Sari, 2012:129) menyatakan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas

penjualan, modal sendiri maupun aset bersih perusahaan, kemampuan para eksekutif perusahaan diukur dengan rasio profitabilitas. Rasio *Return On Asset* (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Pengelolaan manajemen yang baik dan meningkatkan legitimasi sosial yang diharapkan oleh perusahaan dapat diketahui melalui tingkat profitabilitas. Sehingga profitabilitas yang tinggi dalam suatu perusahaan membuat perusahaan tersebut memiliki kontribusi kepedulian akan rasa tanggungjawab yang besar kepada masyarakat. Maka, semakin tinggi nilai profitabilitas semakin besar pula luas pengungkapan *corporate social responsibility* (Sari, 2012:129). Ini didukung penelitian dari Permatasari & Widyawati (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Kapitan & Ikram (2015) serta Hapsoro & Sulistyarini (2019) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan pemikiran-pemikiran tersebut, dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

## 2. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dewan komisaris merupakan jabatan tertinggi dalam perusahaan yang mengontrol segala aktivitas perusahaan. Sebagai puncak dalam sistem pengelolaan internal perusahaan, dewan komisaris juga mempunyai kekuasaan dan kebijakan termasuk dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian, semakin besar jumlah dewan komisaris maka semakin mudah mengontrol CEO dan pengawasan akan semakin efektif (Fahmi, 2019). Ini didukung penelitian dari Istifaroh & Subardjo (2017) yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Oktariani (2013) dan Hutapea & Malau (2018) juga yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan pemikiran tersebut, dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

## 3. Pengaruh Proporsi Dewan Komisaris Independen Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dewan komisaris independen merupakan pihak yang bukan terafiliasi atau yang tidak memiliki hubungan dengan perusahaan. Komisaris

independen sebagai pihak yang berada diluar perusahaan oleh karena itu tidak terpengaruh oleh pihak lain yang bertindak untuk menyeimbang pengambilan keputusan yang dibuat oleh dewan komisaris yang juga merupakan sebagai pengawas dari perusahaan dan akan memberikan penilaian secara transparan sehingga keseimbangan kepentingan berbagai pihak dapat tercipta. Dewan komisaris independen berpegang pada prinsip keseimbangan dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* karena membuat perusahaan terus mempunyai keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, proporsi dewan komisaris independen semakin besar dapat melindungi para pemangku kepentingan sehingga mendorong pengungkapan *corporate social responsibility* secara lebih luas (Herdi & Erinos, 2020). Hal ini didukung oleh penelitian Juniarta & Dewi (2017) dan Yuliani (2018) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Ginting (2016) juga menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan pemikiran tersebut, dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H3: Proporsi dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

#### 4. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan manajerial merupakan besarnya manajemen atau manajer yang mempunyai saham dalam perusahaan dan turut serta dalam pengambilan keputusan untuk perusahaan. Dengan begini semakin banyak manajer memiliki saham dalam perusahaan maka manajer akan semakin memaksimalkan kinerjanya sebab manajer juga sebagai pemegang saham. Manajer tidak bekerja hanya untuk kepentingan manajer saja tetapi juga mementingkan kepentingan pihak lain seperti para pemegang saham. Kinerja manajer yang baik akan turut meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dengan memperhatikan pengungkapan *corporate social responsibility* yang akan menarik minat investor dan para *stakeholder* sehingga tidak hanya nilai perusahaan yang meningkat tetapi menimbulkan pula para pemegang saham kekayaannya akan meningkat (Singal & Putra, 2019). Hal ini didukung oleh penelitian Adiputri & Putra (2019) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Rizky & Yuyetta (2015) dan Dewi (2015) juga menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan pemikiran tersebut, dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

## 5. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kinerja lingkungan merupakan suatu bentuk usaha perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang ramah lingkungan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan maka perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih juga dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang lebih buruk (Wijaya, 2012). Perusahaan harus mampu membuktikan kepada masyarakat untuk percaya bahwa tidak ada pihak yang dirugikan oleh perusahaan dengan perusahaan dapat menjaga kelestarian lingkungan dan beroperasi dengan baik. Semakin perusahaan banyak berperan dalam kegiatan lingkungan, maka perusahaan tersebut akan semakin banyak pula mengungkapkan mengenai kinerja lingkungan yang dilakukan dalam laporan tahunannya (Sukasih & Sugiyanto, 2017). Kinerja lingkungan perusahaan yang baik akan menghasilkan respon positif yang bermanfaat bagi keberlanjutan perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian dari Setiawan dkk (2018) dan Kartika & Yuyetta (2020) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Kustina & Hasanah (2020) juga menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan pemikiran tersebut, dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H5: Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*

